

Las relaciones macrosociológicas entre acción y comunicación

Manuel MARTIN SERRANO

REFERENCIA PARA LAS CITAS DE ESTA PUBLICACIÓN Y DE SUS CONTENIDOS:

MARTIN SERRANO, Manuel (1992): "Las relaciones macrosociológicas entre acción y comunicación", en MOYA, C., PÉREZ-AGOTE, A., SALCEDO, J. y TEZANOS, J. F. (coords.): *Escritos de Teoría Sociológica en Homenaje a Luis Rodríguez Zúñiga*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, pp. 671-682.

Reeditado en YOUNIS, J. A. (comp.) (1994): *Cultura, sociología y problemas sociales*. Librería Gran Canaria: Nogal. ISBN 84-88250-061.

Recuperado el __ de _____ de 2____, de <http://eprints.ucm.es/13107/>

UTILIZACIÓN DE ESTE DEPÓSITO:

Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las siguientes condiciones, que corresponden a la licencia *Creative Commons* que protege este texto:

Reconocimiento. Debe reconocer y citar al autor original, utilizando la "**REFERENCIA PARA LAS CITAS DE ESTA PUBLICACION Y DE SUS CONTENIDOS**" (véase recuadro superior).

No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Sin obras derivadas. No se puede alterar, transformar, o generar una obra derivada a partir de esta obra.

Reading ANÁLISIS DE LOS COMPORTAMIENTOS: LOS ACTOS EJECUTIVOS Y COMUNICATIVOS

Presentación y estudio documental por Daniel Franco Romo

En E-Prints se tiene acceso a una selección de la obra original de Manuel Martín Serrano (véase: "Publicaciones de Manuel Martín Serrano disponibles en E-Prints. Selección sistematizada"*, en <http://eprints.ucm.es/11107/>).

Entre esas aportaciones, destaca el trabajo sistemático dedicado a fundamentar las ciencias del comportamiento. Lo plantea en 1981 y lo concluye con la publicación, en 2007, de *Teoría de la Comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad* (Madrid: McGraw-Hill). En este Reading se han seleccionado textos que permiten seguir ese recorrido teórico y metodológico, en los siguientes campos:

1. Los comportamientos interactivos. Origen y modalidades. El autor comenzó a investigar las características propias de los comportamientos interactivos, para profundizar en la génesis y peculiaridades de las interacciones comunicativas. Ese objetivo requería identificar los vínculos evolutivos que tiene la comunicación con las otras actividades que le han precedido en la Naturaleza. El resultado final ha sido una *Paleontología de los comportamientos interactivos*, que abarca desde las primeras interacciones en el reino animal hasta las formas más complejas de las interacciones humanas. "Las acciones que implican a otros: complicaciones e interacciones" (<http://eprints.ucm.es/13100/>) documenta en E-Prints este planteamiento, con el que se ha abierto un nuevo campo de estudios para las ciencias del comportamiento.

2. Tipos de actos que intervienen en los comportamientos. Manuel Martín Serrano identifica dos formas de actuación: "Actos ejecutivos y actos expresivos" (véase en el depósito del mismo nombre: <http://eprints.ucm.es/13101/>). Esta distinción permite diferenciar las actuaciones comunicativas y no comunicativas y por ello se ha convertido en fundamento de la Teoría de la Comunicación. El esclarecimiento de la estructura de los comportamientos queda reflejado en "Un modelo de los comportamientos interactivos que incorpora la comunicación y la ejecución" (<http://eprints.ucm.es/13102/>).

3. La dinámica de los comportamientos: recursos a la comunicación y a la ejecución. Los actos expresivos y ejecutivos se sustituyen, solapan, excluyen a lo largo del proceso de interacción. Las modalidades de los comportamientos remiten a esa dinámica [acción (ejecutiva)-comunicación]. Se ha seleccionado el texto "Las formas posibles de interacción" (<http://eprints.ucm.es/13103/>).

4. Las especializaciones de los comportamientos comunicativos. En los seres humanos y antes en los animales gregarios, Manuel Martín Serrano distingue entre "Indicaciones instrumentales y referidas a los efectos de la interacción" (<http://eprints.ucm.es/13104/>). El autor ha mostrado que las segundas cumplen un papel esencial en la hominización y la humanización (véase en el depósito "La comunicación en la existencia de la humanidad y de sus sociedades", <http://eprints.ucm.es/13112/>).

5. Las características distintivas de los comportamientos humanos. Con el bagaje teórico precedente, se puede abordar el estudio de lo que tiene de específico la comunicación humana. Manuel Martín Serrano lo expone en *Teoría de la Comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. Una de esas características es la capacidad humana de poner la comunicación donde estaba la acción ejecutiva. Está documentada en "La transferencia de la ejecución a la indicación en los comportamientos humanos" (<http://eprints.ucm.es/13105/>).

6. Los cambios sociohistóricos que experimentan los comportamientos humanos. Manuel Martín Serrano muestra que en las sociedades humanas existe una orientación que lleva a la sustitución progresiva de la acción ejecutiva por la indicación. Esa observación se detalla en el texto "Acción/comunicación, en las ciencias y en los comportamientos" (<http://eprints.ucm.es/13106/>).

7. Aplicaciones de los análisis de la dinámica de los comportamientos. El conocimiento de la dinámica acción ejecutiva/comunicación tiene aplicaciones teóricas y prácticas en las Ciencias de la Vida, Psicosociales, Históricas y Culturales, Comunicativas. "Las relaciones macrosociológicas entre acción y comunicación" (este depósito) es un ejemplo de análisis macrosociológico en el campo de las comunicaciones públicas.

REFERENCIAS para enlazar este documento con los que cita y con aquellos que le citan

- “La ampliación de la realidad en la que vivimos con otro universo virtual” (<http://eprints.ucm.es/11069/>)
- “El origen evolutivo de la comunicación: transformación de los usos significativos de la información (precomunicativos) en usos indicativos (comunicativos)” (<http://eprints.ucm.es/13108/>)
- “Las ciencias sociales son las ciencias de la verdad del sujeto” (<http://eprints.ucm.es/13175/>)
- “Una epistemología de los sistemas finalizados por la intervención humana. El análisis praxeológico de la reproducción y el cambio de los sistemas sociales” (<http://eprints.ucm.es/13125/>)

*Esta selección y sistematización de publicaciones de Manuel Martín Serrano, así como los análisis que les acompañan, se basa principalmente en los estudios realizados por los especialistas que han participado en dos monográficos dedicados a la obra del autor: el primero editado por *Anthropos* y preparado por Esteban Mate y el segundo por *Chasqui*, coordinado por Francisco Bernete. También se han localizado y utilizado numerosas reseñas que están publicadas en otras revistas científicas. El investigador Daniel Franco Romo ha planificado y supervisado la ejecución de todo el proyecto.

Las relaciones macrosociológicas entre acción y comunicación

MANUEL MARTIN SERRANO

Universidad Complutense de Madrid

1. ACOTACIÓN DEL ANÁLISIS

El estudio de las relaciones entre comunicación y acción es tan antiguo como las ciencias sociales. Se encuentra ya elaborado en Comte; también en Spencer y menos explícitamente en Marx. La razón de ese interés tan temprano en el tema se debe a que el análisis de la reproducción y del cambio social requiere que se examine cómo se articulan la comunicación y la acción.

En la actualidad, esos mismos problemas se han convertido en un área de reflexión teórica y de experimentación metodológica importante. Este artículo no es la ocasión para explicar tales avances teóricos ni describir dichas innovaciones metodológicas. Me voy a limitar a exponer los siguientes puntos:

1.º Cómo se conciben las diferencias y las dependencias entre el recurso a la comunicación y a la acción.

2.º Como, a partir del esclarecimiento de esas diferencias y dependencias, se ha conseguido un corpus de conceptos teóricos y un equipamiento de herramientas analíticas que están compartiendo varias ciencias; y que por eso, hacen del análisis de las relaciones entre comunicación y acción, un tema transversal adecuado para establecer conexiones entre las disciplinas científicas.

2. DIFERENCIAS ENTRE ACCIÓN Y COMUNICACIÓN

Conviene aclarar que la comunicación es *otra* modalidad de acción. Para ser más precisos, es una variedad de *inter-acción*. La in-

teracción comunicativa se distingue porque recurre a actos expresivos. Un ejemplo ayudará a explicar esta peculiaridad:

Alguien ocupa el paso, y no me permite circular. Yo le *indico* que «por favor, se aparte». Esta *expresión* de lo que yo quiero que el otro haga, es un procedimiento comunicativo para alcanzar mi propósito. Otro procedimiento alternativo, no comunicativo, sino ejecutivo consistiría en desplazar de mi camino al Otro, por la *fuerza* de un empujón.

En estas interacciones alternativas se pueden analizar algunas de las diferencias que existen entre el recurso a la acción expresiva (comunicativa) y el empleo de la acción ejecutiva:

— La acción comunicativa que Yo llevo a cabo para indicarle al Otro que «por favor se aparte», *se refiere* al objetivo que Yo persigo en la interacción; a diferencia de la acción ejecutiva de empujarle, la cual se *aplica directamente* a lograr el desplazamiento del Otro.

— El logro de mi propósito, cuando recorro a la comunicación, dependerá de que el otro me entienda; y de que, comprendiéndome, esté dispuesto a avenirse a mi demanda. A diferencia de lo que sucede con el recurso a la ejecución, la eficacia de la comunicación no depende de la cantidad de energía que se utilice en la interacción. La energía que se precisa para comunicar, es aquella que se requiera para el intercambio de información. Una información que cada comunicante produce para que sea conocida, valorada y utilizada por Otro u Otros.

Estas consideraciones muestran que el recurso a la comunicación se justifica cuando el agente confía en el logro de sus objetivos a través de *lo que hace que el otro haga*, y no directamente a través de lo que el propio agente hace.

3. LOS ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE ACCIÓN Y COMUNICACIÓN

Aclaradas estas diferencias esenciales entre la acción de naturaleza comunicativa y ejecutiva, hay que subrayar que lo habitual es que ambas se combinen a lo largo del proceso de interacción. Si se quiere, en la realidad las interacciones se descomponen en unas acciones de naturaleza expresiva y en otras de naturaleza ejecutiva, todas las cuales deben de analizarse como componentes de un mismo proceso.

Este estudio de las modalidades de combinación entre la expresión y la ejecución, ofrece una metododología nueva para el análisis de la interacción. No hay lugar ahora para explicar estos nuevos

métodos (1), pero al menos mencionaré algunas modalidades de análisis.

Caben análisis referidos a la *diacronía* de los actos en la interacción. En ocasiones la comunicación *se anticipa* a la acción ejecutiva: por ejemplo cuando en una carrera, se comienza por las expresiones «preparados, listos, ya». En ocasiones, la comunicación y la ejecución son *sincrónicas*, por ejemplo cuando se está explicando lo que se está haciendo, precisamente en el momento en el que se está haciendo. O bien hay ocasiones en las que la comunicación ha sido *precedida* por la ejecución: por ejemplo, cuando el futbolista grita «gol» después de conseguir el tanto.

— También tiene interés el análisis de la *congruencia* o *incongruencia* entre los componentes comunicativos y ejecutivos de la interacción. Habrá casos en los que las manifestaciones comunicativas *confirman* a las ejecutivas, o viceversa; por ejemplo, cuando el padre que amenaza al hijo con pegarle, le propina una bofetada. En otros casos, la comunicación *desmiente* a la acción, o viceversa. El ejemplo más banal se encuentra en la falsa promesa.

Otra posibilidad analítica consiste en identificar qué actos ejecutivos pueden ser *sustituídos* por otros comunicativos y viceversa; naturalmente, sin que esa sustitución suponga que se malogren los objetivos que persiguen los actores. Por ejemplo, no hay religión agraria alguna que proponga la sustitución del acto ejecutivo de roturar y sembrar la tierra, por el acto expresivo de propiciar a los espíritus con oraciones.

4. ALGUNAS APLICACIONES DE ESTOS ANÁLISIS

El estudio de las relaciones que existen entre el recurso a la comunicación y a la ejecución, abre un nuevo campo teórico y metodológico en muchas ciencias sociales. Es un conocimiento que le interesa al etólogo, cuando investiga cómo se van transformando en el comportamiento de las especies, a medida que se asciende en la escala biológica, actos de naturaleza ejecutiva —tales como la dentellada o el picotazo— en otros de naturaleza expresiva tales como la amenaza por la postura o por el gruñido. Le interesa al psicólogo genético, cuando observa en los primeros meses del niño, el paso del gesto reactivo (reflejo condicionado) al gesto expresivo; indicación, según

(1) El análisis epistemológico de las relaciones entre comunicación y acción, puede consultarse en *Teoría de la Comunicación Epistemológica y Análisis de la referencia*, Manuel MARTIN SERRANO, et alit. Madrid, Alberto Corazón, edit.

los discípulos de H. Mead; de la emergencia del «Mi» y del «Otro interiorizado». Le permite al psicoterapeuta interpretar los mecanismos de conversión (transformación del acto que el sujeto se prohíbe en la indicación simbólica de ese acto) con un nuevo enfoque de la etiología de la neurosis que resulta aceptable tanto al conductista como al psicoanalista. Las relaciones patológicas en la pareja y en general en los grupos primarios, pueden ser tratadas mediante una terapia consistente en la introducción, eliminación o reconversión de comportamientos expresivos en ejecutivos, o viceversa. El analista de la comunicación puede descomponer una película de televisión en sus unidades expresivas y ejecutivas, para captar los modelos de la acción social que distingue a las culturas. También el antropólogo puede estudiar los rituales con esa misma metodología. El sociólogo encuentra la posibilidad de examinar la interfase «comunicación-acción» en todas las formas institucionalizadas de la acción social; por ejemplo en el consumo, en la política, en el trabajo, en la guerra.

5. ENFOQUES SOCIOLOGICOS DE LOS ANÁLISIS ENTRE ACCIÓN Y COMUNICACIÓN

Esta relación, que no pretende ser exhaustiva, muestra que el análisis de las relaciones que existen entre comunicación y ejecución atraviesa todas las disciplinas que estudian la interacción. Por eso se ofrece una posibilidad de encuentro epistemológico y de cooperación entre científicos que se ocupan de campos distintos; tan diferentes como la evolución de las especies, la génesis del conocimiento y del yo, los mecanismos de la neurosis y probablemente de algunas psicosis; las relaciones interpersonales; la creación cultural; el control, la producción y la reproducción social.

Concretamente los profesionales de las ciencias sociales pueden recurrir al estudio de las relaciones entre comunicación y acción (ejecutiva) eligiendo entre dos escalas diferentes de análisis:

— Cabe analizar cómo funcionan expresión y ejecución, cuando concurren en las *interacciones privadas*; por ejemplo entre padres e hijos.

— Pueden examinarse cómo se emplean los recursos comunicativos y ejecutivos para el manejo de las *interacciones públicas*; por ejemplo cómo se combinan sacrificios, relatos, bailes y labores en la cosecha.

En este artículo examino el funcionamiento de la interfase comunicación-acción (ejecutiva) a escala de las interacciones públicas. Me refiero, por lo tanto, a las relaciones entre la comunicación pública y

LAS RELACIONES MACROSOCIOLOGICAS ENTRE ACCION Y COMUNICACION

los comportamientos colectivos. Acotamiento específico tanto de la sociología de la comunicación como de la sociología de la acción.

6. LAS INTERACCIONES PÚBLICAS DONDE INTERVIENEN LA ACCIÓN Y LA COMUNICACIÓN

En esta perspectiva, *la comunicación se concibe como un procedimiento institucionalizado de ajuste, entre el nivel del acontecer, y el nivel de los comportamientos colectivos*. Para aclarar esta definición describiré la función que cumple dicho ajuste.

A lo largo del tiempo acontecen cosas que transforman el entorno y el estado de las comunidades. Cambia el ecosistema, por ejemplo de selvático a árido, como consecuencia de la actividad de roza y quema. Cambian las técnicas, por ejemplo cuando aparece el caballo en pueblos que carecían de bestias de tiro. Cambian los modos de vida, cuando se incorporan plantas, animales, recetas de cocina de otras culturas. Cambian las creencias, cuando se integran cultos, deidades, fiestas ajenas. Cambian las relaciones de poder dentro del grupo, y entre grupos, cuando se transforman los modelos de dominación. Así, cuando la encomienda viene a sustituir la estratificación en castas de Mesoamérica. Transformaciones graduales o brutales, pero en todo caso total o parcialmente imprevisibles; como las que se originan en una catástrofe natural, o en la invasión de una potencia desconocida. Cambios que ponen a prueba cada día la eficacia de las instituciones de esa comunidad, y que vienen a cuestionar la validez de las normas en las que se fundamenta el consenso social, y la veracidad de las creencias que proporcionan una visión aceptada del mundo.

Para que las sociedades se reproduzcan, tienen que promover aquella clase de acción social que restituya una adecuación suficiente entre las *transformaciones* a las que está sometida, y las *instituciones* y las *reglas* que la sociedad posee para funcionar. Para introducir y consolidar tales reajustes, se requiere la clase de comunicación social que proporcione una congruencia entre las nuevas prácticas sociales y las creencias y valores compartidos. Y no hay sociedad alguna —sea primitiva o compleja— que pueda descuidar esta función de ajuste entre el cambio del mundo, la reorganización de las instituciones y la reelaboración de las representaciones colectivas. Cumplen esa función de ajuste el chamán, cuando restituye la confianza en la protección de los dioses nacionales, (en la ocasión en la que esa protección no impidió el eclipse, la peste o el hambre) explicando que la causa del daño fue la impureza ritual y el remedio la ofrenda de la sangre. Y la cumplen tanto el publicista de derechas cuando sostiene que la causa de la inseguridad ciudadana

está en la relajación de la autoridad como el de izquierdas, cuando dice que la causa hay que buscarla en el desempleo juvenil.

7. EL PROCEDIMIENTO PARA UTILIZAR LA COMUNICACIÓN EN EL AJUSTE SOCIAL

¿Cómo realizan las instituciones de comunicación pública —sean chamanes o medios de comunicación de masas— esa función de establecer un ajuste entre la transformación del acontecer y la acción social? Llevan a cabo una tarea de *producción social de comunicación*. Actividad comunicativa que produce una información que está destinada al conjunto de los miembros de la comunidad, y que se refiere a aquellos aconteceres que afectan o pueden afectar a la existencia del grupo como tal grupo.

La producción social de comunicación, puede descomponerse en tres actividades que concurrirán siempre en la elaboración de cualquier producto comunicativo destinado a la comunicación pública:

— Primera actividad: *Se selecciona entre el indefinido repertorio de aconteceres que suceden cada día, unos determinados objetos de referencia*. O lo que es lo mismo, se decide cuáles son los acontecimientos que, desde el punto de vista de los intereses colectivos, tienen relevancia y cuáles carecen de relevancia. Es obvio que la mayoría de los acontecimientos van a quedar excluidos de la comunicación pública. Ciertamente la comunicación nunca podrá dar cuenta de todo lo que sucede, porque el tiempo y el espacio en el que pasan las cosas, no es reducible, no cabe en el tiempo y el espacio disponibles para la expresión. Se puede asegurar —y no es un juego de palabras— que comunicar consiste en reducir la información; en limitar la variedad de todo lo que podría ser cognoscible, a un repertorio de objetos de referencia. La cuestión radica en comprobar las diferencias que existen, entre los diversos comunicadores, en distintas culturas y épocas históricas, cuando seleccionan aquellos aconteceres que estiman como socialmente relevantes. Observación que tiene importancia para comprender cómo media la comunicación entre el cambio del entorno y la noticia que proporciona de dicho cambio. Porque no existe una relación de causa y efecto entre la naturaleza de las cosas que acontecen, y las cosas que se seleccionan como objetos de referencia de la comunicación. Ni siquiera es cierto que en el sumario de los productos comunicativos, aparezcan necesariamente incluidos los aconteceres que el paso del tiempo llegaría a mostrar que eran más importantes para la marcha de la comunidad.

LAS RELACIONES MACROSOCIOLOGICAS ENTRE ACCION Y COMUNICACION

— Segunda actividad: *Se vinculan los datos que se han seleccionado del acontecer con determinadas creencias o evaluaciones.* Un ejemplo histórico: acontece que han aparecido unos hombres barbados procedentes del oriente en grandes barcos. La noticia de este suceso, se vincula con la profecía del regreso de Quetzalcóatl. El relato resultante, anuncia entre los tenochtlas la restauración de la estirpe mítica de Tula. Otro ejemplo actual: acontece que un médico ha sido encarcelado por practicar abortos que no están legalmente autorizados. La noticia de este suceso, se vincula en un periódico nacional, con el imperativo categórico de «no matarás», que la Iglesia Católica aplica desde el momento de la concepción. El relato resultante, propone al lector el acontecer bajo el prisma de un asesinato. Otro periódico, también de circulación nacional, relaciona el caso con la inadecuación de las leyes que regulan el aborto en España. Resulta un relato que presenta el acontecer desde la perspectiva de las disfunciones que acarrearán las normas socialmente obsoletas. Nuevamente conviene subrayar que es el mediador y no el acontecer, quien aporta el punto de vista y con él, la valoración de lo que *interpreta* que acontece.

— Tercera actividad: *En la comunicación se selecciona una determinada modalidad de presentación para el relato.* Por ejemplo, en todas las sociedades hay narraciones que describen las virtudes y cualidades «de los nuestros» y las iniquidades y defectos de «los otros». Estos productos etnocéntricos y prejuiciosos, pueden publicitarse en los mitos: por ejemplo, los que tanto abundan en América para afirmar que el pueblo en cuestión (entre los cuales, los Quichés) es el de los hombres *auténticos*. Puede difundirse en los libros de historia, por ejemplo cuando en los textos españoles se descubre la perfidia de los ingleses, y en los ingleses el obscurantismo y fanatismo de los españoles. Aparece incluso en las oraciones, como en las que invocan a Jehová para que destruya a los enemigos del pueblo elegido. También en la novela, el teatro, la poesía épica de cualquier época y nación se podrían multiplicar los ejemplos. Ese mismo producto comunicativo etnocéntrico, descubre más desembozamiento su carga agresiva en la arenga, en las canciones guerreras, en los himnos patrios, cuando la invocación de una supuesta raza judía, aria o tenozcha, moviliza para la guerra. La misma representación colectiva, que puede hacernos sonreír cuando se nos ofrece como vanidad nacionalista (por ejemplo, en una novela donde se cante la virilidad y el ingenio de nuestros varones y la belleza y pureza de nuestras mujeres) también nos hará estremecer cuando se presenta como programa racista en un discurso político.

Obsérvese que cada una de las formas narrativas que he mencionado en estos ejemplos, postula como respuesta adecuada a unos mismos referentes, modalidades diferentes de acción social.

8. FUNCIÓN MEDIADORA DE LA COMUNICACIÓN

Recapitulo las tres actividades que realiza la comunicación pública: Selecciona los acontecimientos que se van a presentar como de interés público; vincula dichos objetos de referencia con creencias que permitan una interpretación socialmente compartida de por qué sucede lo que está sucediendo; y comunica dicha interpretación en la forma narrativa ritualmente apropiada. Esta compleja tarea de producción social de comunicación en la que se consumen tantos recursos sociales, tiene por objeto establecer un vínculo entre el cambio del acontecer y las acciones colectivas. Por eso la comunicación es una actividad mediadora.

«Mediar» sugiere la idea de «ponerse en medio», para establecer una conexión entre cosas que directamente no pueden o no deben de afectarse la una o la otra. El control social de las afectaciones entre el cambio del mundo y la acción social, es un ejemplo de esa necesidad de mediación. Generalmente los hombres no actúan sobre su entorno mediante respuestas directas a los estímulos que proceden del medio ambiente y que los afectan. La acción humana puede explicarse en razón de las representaciones que se hacen los Actores a) de lo que está sucediendo, y b) de cómo deben actuar para seguir controlando su entorno en función de lo que acontece. Como se sabe, fue Durkheim quien insistió en esta idea de que las representaciones colectivas guían a la acción social y le otorgan un sentido. Esa observación también sirve para aclarar con mayor precisión la función social que cumple la producción social de comunicación. La comunicación pública es una de las actividades mediadoras destinadas a producir o modificar aquellas representaciones sociales que estimulan, guían y legitiman los comportamientos, colectivos. Hay otros procedimientos colectivos igualmente institucionalizados, de mediar en la visión del mundo y en la acción social: por ejemplo, mediante la educación reglada, o la prédica religiosa. Desde este punto de vista, la comunicación, la educación y las prácticas religiosas son variantes de una misma actividad mediadora institucionalizada y las interacciones que entre ellas existen, pueden ser estudiadas a la luz de una misma teoría de la mediación.

Conviene aportar algunos ejemplos en los que se perciba cómo una representación colectiva sirve para proporcionar una meta y un sentido a la acción social:

En el siglo XVI, la conquista portuguesa y española se legitima con una producción narrativa, que enraiza esas empresas nacionales en representaciones colectivas referidas a la difusión de la fe cristiana y a la conversión de los paganos. Esa visión está implícita por

LAS RELACIONES MACROSOCIOLOGICAS ENTRE ACCION Y COMUNICACION

doquier: en las bulas de Alejandro VI de 1493; en las leyes de Burgos de 1512; en «Los Justos Títulos» de 1539; en Las Leyes Nuevas de 1542.

Otro ejemplo contemporáneo lo proporciona la propaganda bélica durante la II Guerra Mundial. En varios países aliados —especialmente en Estados Unidos— la movilización se legitima para la defensa de las libertades democráticas amenazadas por el fascismo y el nazismo. Pero la presentación de esas libertades en la propaganda aliada, correspondía a un funcionamiento de la sociedad según un patrón individualista que ya no existía en los países industriales surgidos de la anterior guerra mundial.

9. LOS EFECTOS SOCIALES DE LA MEDIACIÓN COMUNICATIVA

Cabe afirmar que el único modo por el que la comunicación pública puede influir en la acción social, será a través del control que llegue a ejercer sobre las representaciones. Lo cual equivale a decir que el «efecto» de la comunicación no deriva inmediatamente del «contenido» de lo que se informe, sino de los procesos de representación de la realidad que esa información pueda desencadenar en la conciencia de las personas. Entre la comunicación y la acción se interponen todavía las operaciones del conocimiento.

Pero sucede que el conocimiento de cada cual, cuando tiene que interpretar qué está sucediendo y qué es lo que debe de hacerse, no toma en cuenta solamente la información que proporciona la comunicación pública. Opera además con otros datos que proceden de la experiencia pasada y presente del sujeto, y de la comunicación privada. La selección y organización de la información que cada persona hace entre el repertorio completo de datos que le proporcionan las diferentes fuentes, estará en función de las circunstancias de los intereses y de las necesidades de cada persona. Lo cual advierte de que el recurso a la comunicación para dirigir la acción social adolece de otra indeterminación más; no tiene por qué existir correspondencia entre la representación pública que se promueve en la comunicación, y las representaciones privadas que se hacen de las cosas los miembros de la comunidad.

Por ejemplo, en México hay una campaña de comunicación pública que procura el control de la natalidad con el mensaje «Menos hijos para poder darles más». La representación que se propone de la función de los padres y de los hijos, moviliza valores de progreso y de abnegación paterna. Estas propuestas seguramente son aceptables para las parejas que participan de modos de vida urbanos en socieda-

des industrializadas. En tales ambientes sí que está asumido que los padres deben de esforzarse en preparar a los hijos para otra forma de vida y otra ocupación distintas de las suyas, y eventualmente para ascender en la escala social. Igualmente está aceptado que los hijos no adquieren en estas familias una deuda con los padres; toda vez que se espera que la Seguridad Social asumirá en su momento la atención a los ancianos. Pero probablemente, ese mismo mensaje resulte absurdo para las parejas campesinas mexicanas, cuya representación de la función de los hijos, sería «más hijos para poder recibir de ellos lo necesario cuando seamos viejos». Se comprende que la comunicación pública, no puede por sí sola transformar esa visión agraria de la procreación, en tanto que falten medidas de protección para los ancianos a cargo del Estado.

Es así que cada persona acepta, rechaza o reinterpreta la propuesta de acción colectiva que la comunicación pública le propone, en razón de sus características culturales, de sus necesidades y de sus intereses privados y compartidos. En consecuencia, si se desea describir o prever los «efectos sociales de la comunicación», no bastará como a veces se hace, con limitarse a examinar cuales son las propuestas que aparecen en los productos comunicativos. Además se requerirá un trabajo antropológico, psicológico y sociológico cuidadoso.

A medida que se conoce mejor toda la complejidad que tienen los procesos de mediación entre el acontecer y la acción, el investigador y el teórico se van haciendo más prudentes y menos deterministas al valorar los efectos de la comunicación pública. Efectos que, ciertamente, existen, y que se aprecian en experiencias tan habituales como banales: por ejemplo, en el incremento de las ventas y en la difusión de las modas que genera la publicidad; o en la vinculación entre voto y propaganda política. Sin embargo suele ser escasa la incidencia de las campañas de comunicación pública en la transformación de aquellas visiones de mundo que están vinculadas con usos y costumbres más trascendentales para las comunidades, que las prácticas de comprar o de votar. Por ejemplo, la Organización Mundial de la Salud, ha cosechado reiterados fracasos cuando trató de introducir en países del tercer mundo nuevos hábitos higiénicos para el cuidado de las madres en el embarazo y el puerperio. Otro ejemplo conocido por sus mediocres resultados, son las campañas que se propusieron en los países sobrepoblados para la difusión de técnicas anticonceptivas modernas. Cuando una representación social está enraizada en prácticas que siguen siendo adecuadas para la reproducción de la comunidad, es bien seguro que ninguna intervención comunicativa por sí sola, va a lograr desplazarla. No fueron

los Franciscanos, Dominicos y Agustinos quienes lograron con sus prédicas, que en Mesoamérica se tuviera a la poligamia por un delito social y moral. D. Carlos Chichimecatecuhtli, cacique de Texcoco, dijo en 1539, cuando fue juzgado por la Inquisición de la Nueva España, que el concubinato (que él mismo practicaba) no podía prohibirse porque los indios nobles necesitaban del trabajo de varias mujeres para que les mantuviesen de acuerdo a su rango (*). La poligamia, que no se erradicaba desde el púlpito, desapareció a consecuencia de la desorganización económica y estamental del sistema de producción y de tributación mexicana, generada por la superposición del sistema tributario español basado en la encomienda.

10. LA APLICACIÓN DE ESTOS ANÁLISIS MACROSOCIOLÓGICOS

Cabe concluir con una observación de alcance teórico y práctico. La penetración de los modelos del mundo pertenecientes a culturas dominantes puede ciertamente transformar, mistificar e incluso herir de muerte a las representaciones colectivas de la comunidad más débil. Por eso es legítima la preocupación que produce la difusión de los programas de televisión producidos en EE.UU. por todos los rincones del mundo. La pérdida de las representaciones colectivas propias de cada comunidad, es un proceso de aculturaciones a veces muy lamentable equivalente en el plano cultural a la pérdida de especies vegetales y animales que se produce en el plano de la naturaleza. Pero la condición necesaria para que se quebranten los valores y se transformen las costumbres de una comunidad, es que antes, o durante la acción comunicativa, también se hayan roto sus bases económicas y desorganizado sus instituciones productivas, familiares y políticas. Tal desorganización hace que esa sociedad ya no pueda asegurar su reproducción recurriendo a las acciones de antaño; lo cual quita vigencia y legitimidad a las representaciones colectivas tradicionales.

Hay varias comunidades cuya destrucción ha sido estudiada en relación con la penetración de los medios de comunicación:

— Me refiero en primer lugar a los estudios de los cambios que están llevando a la aniquilación de los Lacandones. Cabe deducir que la mortandad introducida por las nuevas enfermedades que penetraron en la selva con la explotación maderera —y no el contacto con los medios de comunicación masiva— generó esa patética agonía de

(*) Proceso inquisitorial del Cacique de Texcoco. Vol. 1. Publicaciones del Archivo General de la Nación (México, 1910).

las últimas cuarenta personas que buscaban en la poligamia con niñas una imposible reproducción de la colectividad (*).

— Pienso que fue el trabajo asalariado fuera de la comunidad, el que destruiría la estructura jerárquica de la mayordomía entre los Chamulas y no la mera adopción de vestidos y hábitos extraños (**).

— Por lo que respecta a los Tarmaumaras, la penetración de la televisión estatal en las Sierras Chihuahuenses no parece que haya quebrantado ni los ritmos sociales, ni la actividad colectiva. En cambio el vallado de bosques por ladinos en las áreas cercanas al ferrocarril de Los Mochis, parece que está teniendo efectos mucho más rápidos y profundos (**).

Estos són algunos ejemplos de una clase de investigación sobre las relaciones entre comunicación pública, organización social y acción social, que resulta del mayor interés teórico y de urgente necesidad práctica. Un tipo de estudios a los que se presta mucho más atención en Latinoamérica que en Europa; tal vez porque en los países llamados del tercer mundo, donde tantas comunidades hasta hace poco preservadas han quedado expuestas a los modelos del mundo que dominan en la TV, es necesario entender los límites y las posibilidades que la comunicación pública tiene de aumentar o frenar la destrucción del patrimonio cultural y étnico. En estos países la macrosociología de la acción-comunicación, no es un lujo especulativo, representa un necesario objeto de estudio, e incluso una profesión.

(*) Cfr. la información en los capítulos dedicados a este pueblo: «Estudios Etnológicos: Los Mayas». Alfonso VILLA ROJAS. UNAM, 1985, México D.F.

(**) Cfr. la obra de C. M. COSSEN, *Los chamulas en el mundo del Sol*. Instituto Nacional Indigenista, 1974. México, D.F.

(***) El estudio de W. C. BENNETT y R. M. ZINGG (*Los Tarmaumaras*, Instituto Nacional Indigenista s.d.) proporciona material para esta reflexión.